

Сутність, особливості та необхідність дистанційного банківського обслуговування

Захарченко О.М., аспірантка кафедри грошового обігу і кредиту

Сьогодні ринок банківських продуктів і послуг достатньо насичений та різноманітний. Фінансово-кредитні інститути пропонують клієнтам широкий спектр банківських продуктів і послуг. Проте на порядку денному банку завжди гостро стоїть питання про налагодження зручних і ефективних каналів дистрибуції (надання) своїх послуг споживачам.

До того ж, в сучасному динамічному діловому світі, де час цінується дуже високо, достатньо часто складаються ситуації, коли у клієнтів банків виникає термінова необхідність отримати доступ до своїх банківських рахунків незалежно від часу доби і місця перебування.

Саме потреба клієнтів банків в цілодобовому обслуговуванні без фізичного відвідування банків, помножена на можливості сучасних засобів ІКТ, так само як і вимоги конкурентного зниження собівартості послуг, захоплення ринків, створення позитивного іміджу, підштовхнули банки на впровадження нових прогресивних технологій надання банківських продуктів і послуг.

В умовах жорсткої конкуренції банки просто вимушені не тільки розширювати перелік своїх фінансових і інформаційних продуктів і послуг, але і активно освоювати нові перспективні сервіси, що дозволяють швидко і якісно їх надавати, зробити максимально простими і доступними для клієнтів. До того ж, якщо банк зацікавлений у залученні більшої кількості клієнтів та отриманні максимального прибутку, він повинен надати обслуговування в будь-який час та у будь-якому місці. Саме стратегії всебічної присутності та доступності відповідає дистанційне банківське обслуговування.

Постановка проблеми. На основі сутності та зазначених особливостей дистанційного банківського обслуговування автор ставить за мету визначити необхідність даного виду послуг у здійсненні банківської діяльності.

Актуальність проблеми визначається тим, що вивчення дистанційних банківських послуг, їх специфічної природи, місця та ролі в діяльності банків, а також механізму їх формування та функціонування набуває дедалі більшого значення.

Сутність дистанційного банківського обслуговування полягає у самообслуговуванні клієнтів. Технологія самообслуговування є технологічним

видом взаємодії банку з клієнтами, яка дозволяє їм обслуговуватися незалежно від працівника банківського сервісу.

У теорії та практиці банківської справи поняття дистанційного (віддаленого) банківського обслуговування іноді розуміється як лише обслуговування клієнтів банків у мережі Інтернет, але, все ж таки, частіше – ототожнюється з каналами доставки, що не потребують втручання банківського працівника, тобто між операційною системою та клієнтом немає посередників.

Головною метою використання засобів та прийомів дистанційного обслуговування в банківській діяльності є надання рівних можливостей оперування фінансовими інструментами в будь-яких регіонах країни та за її межами. Це забезпечує принципово новий рівень доступності банківського бізнесу при збереженні чи підвищенні його якості за рахунок створення мобільного інформаційного середовища та скорочення питомих витрат на одного клієнта, порівняно з традиційними системами обслуговування.

Для ефективнішого ведення діалогу з клієнтами сучасні банки почали розвивати сервіси дистанційного обслуговування, такі як «клієнт-банк», Інтернет-банкінг, відеобанкінг, телефонний банкінг (телебанкінг), мобільний банкінг, SMS-банкінг, Web-money, мережі банкоматів (АТМ) та ін.

За допомогою таких видів дистанційного обслуговування клієнт має можливість здійснювати ті ж самі стандартні операції, що і у «фізичному» офісі банку (за винятком операцій з готівкою), а саме:

- здійснювати всі види комунальних платежів (за електроенергію, газ, тепло та водопостачання, квартплату, телефон та ін.);
- оплачувати рахунки за зв'язок (стільниковий та пейджинговий зв'язок, Інтернет) та інші послуги (супутникове телебачення, навчання тощо);
- здійснювати грошові перекази у національній та іноземній валютах на будь-який рахунок у будь-якому банку;
- переказувати грошові кошти в оплату за товари, у тому числі куплені через Інтернет-магазини;
- купувати та продавати валюту;
- поповнювати та/або знімати грошові кошти з рахунку за допомогою платіжної картки;
- відкривати різні види рахунків та переказувати на них грошові кошти;
- одержувати інформацію про здійснені платежі в режимі реального часу;
- одержувати інші види послуг: брокерське обслуговування (купівля (продаж) цінних паперів, створення інвестиційного портфеля), підписку на журнали, газети

та ін.

Також до суттєвих характеристик дистанційного обслуговування належать:

- можливість побудови гнучкого графіку роботи як банком так і клієнтами, які, в основному, самостійно обирають час, місце та інтенсивність звернення до банку;

- гнучкість в доведенні конкретної послуги до клієнта;

- відсутність регламентації форм традиційного банківського обслуговування;

- можливість використання в процесі надання послуг нових комбінацій та комплексів фінансових інструментів;

- здійснення регулярного контролю за якістю надання послуг тощо.

Крім того, здійснення дистанційного банківського обслуговування мінімізує використання людської праці, сприяє скороченню організаційних витрат, зменшує деякі види банківських ризиків, таких як втрата платіжних документів, їх фальсифікація, неправильна адресація, знижує ймовірність помилок у реквізитах платежу, прискорює обмін інформацією між банками та клієнтами, обробка платежів здійснюється переважно у реальному часі, зростає швидкість проходження платежів тощо.

Висновки. Отже, можна з упевненістю стверджувати, що подальший розвиток дистанційного банківського обслуговування та постійне його удосконалення сприятимуть розширенню сфери діяльності банків, їх адаптації до нових умов ринку банківських послуг та зростаючих потреб клієнтів у повноцінному комплексі послуг, адекватному до вимог сучасної економіки.

Література:

1. Карпенко Н.В., Іваннікова М.М. Інтернет в маркетингу: Опорний конспект лекцій. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 35 с.
2. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні. – <http://www.nbuu.gov.ua>.
3. Нікітін А.В., Бортніков Г.П., Федорченко А.В. Маркетинг у банку: Навч. посіб. / За ред.. А.В. Нікітіна. – К.: КНЕУ, 2006. – 432 с.
4. Савелко Т. Теоретичні аспекти ринку банківських послуг України // Економіка України. – 2007. – № 8. – С. 27-32.
5. Степаненко В. Дистанционные банковские услуги на украинском рынке // Сети и бизнес. – 2005. – № 4 (23). – С. 98-104.